

3. Ситдикова, Л.Б. Реклама как вид информации и ее место в договоре на возмездное оказание услуг / Л.Б. Ситдикова// Юрист. - 2007. - № 10. – С. 52.
4. Меркулов, Г.Реклама и PRаво / Г.Меркулов // Советник. – 2007. - № 5. - С. 42.
5. Климин, А. Правовое регулирование рекламной деятельности / А.Климин // Аудит и финансовый анализ. - 2009. - № 1. – С. 262
6. Голубьева, И. Комментарий к новому законодательству о рекламе / И.Ситдикова // Хозяйство и право. – 2006. - № 8. – С.33.
7. Лозовская, И. Жертвы аборта / И.Лозовская // Российская газета. – 2009. - № 244. –С. 11.
8. Федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. № 38 – ФЗ «О рекламе» // Российская газета. – 2006. - № 4017. – С. 12-13.

Александрова А. А., Белоусова А. А.,
г. Екатеринбург

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ВЛАСТИ У ЖИТЕЛЕЙ ЕКАТЕРИНБУРГА

В политологии всегда существовал интерес к анализу политической власти и ее отражения в массовом политическом сознании, как на государственном, так и на региональном уровнях. Существует значительный блок как зарубежной, так и отечественной политологической литературы, посвященной проблеме власти и лидерства. Есть немало работ политических социологов, которые анализируют трансформацию образа власти в сознании граждан. Однако эти исследования посвящены либо институциональным, либо личностным аспектам лидерства. Образ власти формируется у всех людей в независимости от их политической активности. После распада СССР и становления России на новый путь развития, появляется проблема создания имиджа власти. При положительном образе власти, как отношении силы, способной улучшить жизнь народа, реформы, проводимые ею успешны, и

быстро принимаются обществом, не встречая сопротивления. Проводя данное исследование можно рассмотреть существующую ситуацию между жителями Екатеринбурга и отношением к власти на всех уровнях. Полученные данные помогут оценить современное состояние, и послужат базой для рекомендаций по улучшению образа власти, так как он сложен и постоянно изменяется, поэтому ему необходимо придать определенное направление, которое будет в себя включать демократические ценности.

Образ власти формируется у всех людей в независимости от их политической активности. После распада СССР и становления России на новый путь развития, появляется проблема создания имиджа власти. При положительном образе власти, как отношении силы, способной улучшить жизнь народа, реформы, проводимые ею успешны, и быстро принимаются обществом, не встречая сопротивления. Образ власти по своей сути отражает государственную идеологию. Поскольку Российская Федерация является демократическим государством, однако присутствие во мнениях екатеринбуржцев таких черт власти как авторитарность, закрытость и неэффективность, говорит о том, что народ не верит в свою власть и не доверяет государственным органам – негативный портрет государственной власти.

В современном обществе власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние денег и государственного принуждения. Именно поэтому формирование необходимого для власти образа нужно начинать с работы над сознанием населения и над собственным имиджем. «Ты то, как ты выглядишь» - это высказывание должен держать у себя в голове каждый политический деятель, желающий преуспеть в политической сфере. К проблеме создания имиджа должен быть применен комплексный подход, который способен стратегически рассчитать, как именно должен человек себя вести на протяжении долгого времени. В США с 1960-х годов активно развивается работа государственных деятелей с политтехнологами. К сожалению, в

России только недавно стали набирать обороты подобного рода работы. Необходимо подготавливать профессионалов, а это уже целая система.

Средства массового воздействия потому так и называются, что оказывают глубокое психоэмоциональное воздействие на огромные массы. Поскольку СМИ были выбраны респондентами как наиболее эффективный способ освещения своих проблем и высказывания мнения, которое будет предано огласке и способно вызвать резонанс в обществе. Этот ресурс способен "сотрудничать" с каждым конкретным человеком и действовать как в его так и в целях государства. Именно политические коммуникации способны донести и сформировать те ценности и необходимые установки относительно событий, конкретной личности или же государства в целом. Для создания позитивного образа власти в глазах граждан города Екатеринбурга необходимо произвести замену стереотипов, во-первых, о том, кто реально управляет страной, поскольку именно в этом вопросе прослеживается негативная тенденция к восприятию власти, так как олигархии – это то подавляющее большинство, которое было выбрано респондентами. Замена должна быть сделана в пользу новых демократических ориентаций. Во-вторых, следует повсеместно проводить политику открытой деятельности государственной власти на различных ее уровнях: на государственном уровне, так и на местном, областном или городском. Естественно не без помощи освещения этих событий средствами массовой информации. Это позволит рядовому гражданину видеть реальную деятельность политиков, то, как происходит обсуждение и решение проблем. Тем самым доверие населения к деятельности администрации города, таковой сейчас нет, либо же к деятельности правительства РФ будет укрепляться.

Конечно создавать образ с нуля нет необходимости. Нужно работать с существующими качественными характеристиками власти в положительном русле, наиболее подходящими, по результатам исследования, для этого

являются такие качества как: активность, полезность, сила и принципиальность власти.

Андреева В. А., Дьячук И. Д., Каташинских Н. С.,

г. Екатеринбург

КАЧЕСТВА ЧЕЛОВЕКА ВО ВЛАСТИ

Власть является одним из фундаментальных принципов политического развития общества. Она имеет правовой, экономический, духовно-идеологический характер и существует везде, где имеются любые стойкие объединения людей, тесно связанная с политической сферой, является средством осуществления и способом утверждения определенной политики.

Стремление к власти является движущим импульсом всей политической жизни. Власть - одно из фундаментальных начал человеческого общества. Она существует везде, где есть устойчивые объединения людей: в семье, производственных коллективах, различного рода организациях и учреждениях, во всем государстве. В общепринятом понимании власть предстает как взаимодействие ее субъекта и объекта, при котором субъект с помощью определенных средств контролирует объект и добивается его выполнения своих волевых установок.

Каким бы ни был властитель, царь, президент,— это, прежде всего, человек, но с той спецификой, что у него развиты и используются конкретные интеллектуальные, психические, организаторские качества. Результаты работы чиновников непосредственно влияют на качество жизни общества в целом и конкретного человека в частности. В зависимости от того, становится жизнь людей лучше или хуже, доверие к конкретной власти, определенному чиновнику либо укрепляется, либо пропадает. А от этого напрямую зависит длительность нахождения у власти конкретного человека. Значит, в оценке эффективности власти в регионе и на местах заинтересованы не только граждане, но и сама власть, так как только объективная, независимая оценка работы может скорректировать ее действия